Technical and Bibliographic Notes / Notes techniques et bibliographiques

The Institute has attempted to obtain the best original copy available for filming. Features of this copy which may be bibliographically unique, which may alter any of the images in the reproduction, or which may significantly change the usual method of filming, are checked below.

L'Institut a microfilmé le meilleur exemplaire qu'il lui a été possible de se procurer. Les détails de cet exemplaire qui sont peut-être uniques du point de vue bibliographique, qui peuvent modifier une image reproduite, ou qui peuvent exiger une modification dans la méthode normale de filmage sont indiqués ci-dessous.

- [x] Coloured covers/ Couverture de couleur
- [ ] Covers damaged/ Couverture endommagée
- [ ] Covers restored and/or laminated/ Couverture restaurée et/ou pelliculée
- [ ] Cover title missing/ Le titre de couverture manque
- [ ] Coloured maps/ Cartes géographiques en couleur
- [ ] Coloured ink (i.e. other than blue or black)/ Encre de couleur (i.e. autre que bleue ou noire)
- [ ] Coloured plates and/or illustrations/ Planches et/ou illustrations en couleur
- [ ] Bound with other material/ Relié avec d'autres documents
- [ ] Tight binding may cause shadows or distortion along interior margin/ La reliure serrée peut causer de l'ombre ou de la distorsion le long de la marge intérieure
- [ ] Blank leaves added during restoration may appear within the text. Whenever possible, these have been omitted from filming/ Il se peut que certaines pages blanches ajoutées lors d'une restauration apparaissent dans le texte, mais, lorsque cela était possible, ces pages n'ont pas été filmées.
- [ ] Coloured pages/ Pages de couleur
- [ ] Pages damaged/ Pages endommagées
- [ ] Pages restored and/or laminated/ Pages restaurées et/ou pelliculées
- [x] Pages discoloured, stained or foxed/ Pages décolorées, tachetées ou piquées
- [ ] Pages detached/ Pages détachées
- [x] Showthrough/ Transparence
- [ ] Quality of print varies/ Qualité inégale de l'impression
- [ ] Continuous pagination/ Pagination continue
- [ ] Includes index(es)/ Comprend un (des) index

  Title on header taken from:/ Le titre de l'en-tête provient:

- [ ] Title page of issue/ Page de titre de la livraison
- [ ] Caption of issue/ Titre de départ de la livraison
- [ ] Masthead/ Générique (périodiques) de la livraison
- [ ] Additional comments:/ Commentaires supplémentaires:

This item is filmed at the reduction ratio checked below/ Ce document est filmé au taux de réduction indiqué ci-dessous.

10X	12X	14X	16X	18X	20X	22X	24X	26X	28X	30X	32X
								✓			

LA PROPAGANDE
ANTIALCOOLIQUE

PAR LA PUBLICITÉ INTENSIVE : LE JOURNAL, LE LIVRE, LA BROCHURE, L'ANNONCE, L'AFFICHE, ETC.

LA LUTTE ANTIALCOOLIQUE AU SEIN DES SOCIÉTÉS MUTUELLES ET AUTRES

MÉMOIRES

PRÉSENTÉS AU PREMIER CONGRÈS DE TEMPÉRANCE DU DIOCÈSE DE QUÉBEC, 1910

PAR

HORMISDAS MAGNAN
Publiciste

QUÉBEC
Imprimerie de L'Action Sociale, Limitée
103, rue Sainte-Anne, 103

1911

LA PROPAGANDE
ANTIALCOOLIQUE

PAR LA PUBLICITÉ INTENSIVE : LE JOURNAL, LE LIVRE, LA BROCHURE, L'ANNONCE, L'AFFICHE, ETC.

LA LUTTE ANTIALCOOLIQUE AU SEIN DES SOCIÉTÉS MUTUELLES ET AUTRES

MÉMOIRES

PRÉSENTÉS AU PREMIER CONGRÈS DE TEMPÉRANCE DU DIOCÈSE DE QUÉBEC, 1910

PAR

HORMISDAS MAGNAN
Publiciste

QUÉBEC
Imprimerie de L'Action Sociale, Limitée
103, rue Sainte-Anne, 103

1911

HV5309
Q8
M33

LA PROPAGANDE ANTIALCOOLIQUE

PAR

LA PUBLICITÉ INTENSIVE: LE JOURNAL, LE TRACT, LA BROCHURE, L'ANNONCE, L'AFFICHE, LE TABLEAU, LE CAHIER SCOLAIRE, ETC.

SA NÉCESSITÉ

L'alcoolisme étant un fléau dont souffrent toutes les classes de la société, il est impossible de nier l'impérieuse nécessité d'une lutte antialcoolique active, qui contribuerait à l'amélioration matérielle autant que morale du peuple.

« Le trait caractéristique de notre époque, écrivait Sa Sainteté Pie X à Monseigneur l'Archevêque de Québec, à la date du 27 mai 1907, c'est que pour tout ce qui regarde les façons de vivre et de penser, on s'inspire d'ordinaire des feuilles quotidiennes répandues partout. Il faut donc, pour guérir les maux de notre temps, employer des moyens qui soient appropriés à ses habitudes. C'est pourquoi aux écrits, opposons les écrits ; aux erreurs, propagées ça et là, la vérité ; au poison des mauvaises lectures, le remède des lectures salutaires ; aux journaux dont l'influence pernicieuse se fait sentir tous les jours, le bon journal.»

Et j'ajouterai: aux réclames alcooliques, opposons la réclame antialcoolique.

« Mettre de semblables moyens de côté, continue Pie X, c'est se condamner à n'avoir aucune action sur le peuple, et ne rien comprendre au caractère de son temps.

« Au contraire, celui-là se montrera juge excellent de son époque qui, pour semer la vérité dans les âmes et la propager parmi le peuple, saura se servir avec adresse, zèle et constance, des moyens de publicité en usage.»

Le temps est venu de combattre à armes égales les propagateurs intéressés de l'alcool, ce poison subtil et si fascinateur, que fabricants et marchands représentent, dans leurs annonces, comme un bienfaiteur de l'humanité, un restaurateur des forces, un liquide tonifiant, etc.

Une brochure distribuée, ce printemps, dans toutes les familles de Québec, et accompagnée d'une bouteille-échantillon de whisky, allait jusqu'à proclamer cette eau de feu comme une panacée universelle, guérissant les maux, non seulement inhérents au vieil âge, mais encore à l'enfance !

Il faut organiser, sans retard, une propagande antialcoolique, par le journal, le tract, les brochures, l'annonce, l'affiche, etc ; et par les autres moyens déjà employés avec succès par les ligues de tempérance établies au pays et en Europe.

LE JOURNAL

Et d'abord, la presse, cette grande puissance du monde, si répandue de nos jours, et qui sert à la fois d'instrument de doctrine et de propagande, d'attaque et de défense. Le célèbre chef arabe Abd-el-Kader disait, avec autant de vérité que d'esprit : « La presse est le canon de la pensée. » Crémieux, l'ancien président de l'Alliance israélite universelle, avait fait inscrire, sur des affiches destinées à ses compatriotes, l'aphorisme suivant : « Ayez avec vous la presse du pays et vous avez tout. » Les Juifs de tous pays n'ont pas manqué de suivre ce conseil pratique. On sait comment les agences de publicité européennes les servent à souhait et les favorisent, dans toutes les parties du monde.

On ne saurait donc nier toute l'influence de la publicité, pour frapper l'attention et graver dans l'esprit des idées bonnes ou mauvaises. Les moyens qu'offre la propagande antialcoolique peuvent aussi avoir une influence décisive sur le peuple. N'ayant guère le temps de lire, si ce n'est les notes locales d'un journal, et ne pouvant du reste aborder tous les genres de lecture, la classe ouvrière, et plus spécialement la jeunesse, sont éminemment sensibles aux représentations par l'image, lesquelles ont l'avantage de la précision, et vont droit à l'intelligence.

Quelle somme de bien n'accompliraient pas nos grands journaux français, s'ils publiaient un supplément de gravures en couleurs, ayant pour but unique la lutte si belle pour la tempérance. Et

nous regrettons que *la Patrie* et *la Presse*, qui excellent dans ce genre de publication, n'emploient pas le talent de leurs artistes à flétrir l'ivrognerie dans toutes ses conséquences fâcheuses.

Un grand nombre de journaux ont vaillamment fait leur devoir, dans la campagne contre le fléau de l'alcool. Pour ne parler que des journaux français, je mentionnerai d'abord les rares journaux dont les directeurs, restant d'accord avec leurs principes, n'ont jamais publié, dans les colonnes de leur journal, des réclames en faveur des boissons alcooliques. Ces journaux sont peu nombreux. Ce sont *la Vérité*, *la Libre Parole* et *l'Action Sociale*, de Québec, *la Croix*, *le Devoir*, de Montréal, et *le Bien Public*, des Trois-Rivières. Est-ce qu'il s'en trouve d'autres dans cette catégorie ? Je le voudrais sincèrement, et je suis prêt à les inscrire à ce tableau d'honneur, si on veut bien me les signaler.

Je dois citer, en deuxième lieu, les périodiques qui ont eu le courage de cesser la publication des annonces de boissons alcooliques; en voici la liste : *le Pionnier*, de Nominingue, *le Progrès du Saguenay*, de Chicoutimi, *le Moniteur*, de Hawkesbury, *l'Evangéline*, de Moncton, *l'Impartial*, de Tignish, *le Saint-Laurent*, de Fraserville, *le Journal de Waterloo*, *le Courrier de Grand'Mère*, *le Progrès du Golfe*, etc.

Je dois ajouter que quelques autres journaux, favorables aujourd'hui à la tempérance, attendent l'expiration de certains contrats d'annonces pour cesser définitivement de faire de la réclame aux boissons alcooliques.

Le R. P. Ladislas disait, au congrès de Ville Saint-Pierre, en 1909 :

« Il se trouve une troisième catégorie de journaux qui font preuve d'une logique inconcevable et d'une aberration morale déconcertante. Dans un même numéro on peut lire un article saisissant, dans lequel un des rédacteurs maudit l'alcool et le montre tel qu'il est, et dans une autre page, vous lisez une mensongère réclame en faveur de quelques-unes des boissons alcooliques, où l'on dit tout le contraire.»

Pourtant, les journaux ont pour mission spéciale de flétrir et de combattre les maux qui tendent à ruiner la société. Or, l'alcool est le plus redoutable ennemi des individus, de la société et de la race toute entière. Qu'on se souvienne en quels termes énergiques les Pères du Premier Concile Plénier de Québec le dénoncent. « L'alcool est un poison qui a ce terrible pouvoir de s'attaquer à la fois à l'âme et au corps, dont il paralyse toutes les énergies et épuise toutes les sources vives. L'appétit grossier, insatiable et immoral, qu'il dévoloppe dans les sens, est une des passions les plus

avilissantes et les plus inguérissables que l'on connaisse. Ses victimes sont un objet de scandale ou d'horreur pour la société, en attendant qu'elles aillent grossir la triste clientèle des hôpitaux et des maisons de santé.»

Il est donc souverainement regrettable que certains journaux spéculent sur la faiblesse de l'homme et favorisent, ou plutôt popularisent dans le peuple l'usage des boissons alcooliques. Espérons qu'un tel abus cessera bientôt.

TRACTS, REVUES, BROCHURES, ETC.

Les premières publications vouées à la propagande antialcoolique ne semblent pas remonter plus loin qu'à l'année 1842, si j'en juge par la « Nomenclature des ouvrages canadiens sur l'alcoolisme » faite par le Révérend Père Hugolin et publiée par *le Bulletin des Recherches Historiques*, en 1907. Nous y relevons plusieurs centaines de publications, qui ont paru sous les formes diverses de manuels, tracts, brochures, discours, annuaires, almanachs, lectures, rapports, causeries, livres, règlements de tempérance, (*Pledge*), prières, etc.

Depuis 1907, un grand nombre d'autres écrits antialcooliques: tracts, brochures, bulletins, etc., ont été répandus par milliers dans le peuple, et on peut dire en toute sûreté que, par leur propagande active, il s'est produit un notable retour à la tempérance. Mais il reste encore bien des préjugés à combattre, et il faut opposer de dures vérités, sur les méfaits de l'alcool, aux mensongères réclames qu'une certaine presse irréfléchie ou malhonnête fait au profit des débitants de liqueurs.

Avant de signaler les principaux travaux antialcooliques qui ont paru depuis une quinzaine d'années, je nommerai en premier lieu une revue, seule de son espèce, c'est-à-dire entièrement consacrée à combattre les boissons alcooliques, *la Tempérance*, revue publiée par les RR. PP. Franciscains de Montréal. Cette revue, qui a déjà rendu de si grands services à la cause de la tempérance, a été fondée à Montréal en 1906. Malgré les difficultés qu'il y a de répandre dans le peuple une revue de ce genre, *la Tempérance* a pu tout de même se développer. Elle compte aujourd'hui 21,000 abonnés. Nous formons des vœux pour qu'elle pénètre dans toutes les familles du diocèse de Québec et des autres diocèses, et qu'elle double bientôt le nombre de ses abonnés.

Le Messager Canadien du Sacré-Cœur, de Montréal, *l'Enseignement Primaire*, de Québec, ont largement contribué à inspirer de l'horreur pour l'alcool aux enfants de nos écoles et au sein de la famille. Et que d'autres revues, Bulletins paroissiaux et Semaines religieuses, qui ont généreusement aidé à la sainte cause de la tempérance.

Comment ne pas nommer les principaux écrivains qui ont si courageusement travaillé, en ces dernières années, à terrasser l'hydre toujours renaissante et toujours redoutable de l'ivrognerie.

Le Père Hugolin a publié toute une bibliothèque antialcoolique. Il a fourni à la tempérance un arsenal rempli d'armes bien trempées. Qu'on me permette de signaler ses principaux ouvrages :

Si femme savait ! Si femme voulait !—Le rôle de la femme contre l'intempérance.

Aux jeunes gens de la campagne — Réquisitoire contre les hôtels.

Au fond du verre—Histoires d'ivrognes.

Alcool, faits et chiffres—Tract de propagande.

Haut la croix ! Électeur tempérant !

Par la lutte et par l'amour—Roman de tempérance.

If woman knew ! If woman cared ! Woman against intemperance.

Entrez donc ! . . . Réponses aux objections qui retiennent hors de la Société de Tempérance.

N'en buvons plus !—Histoires de tempérance.

S'ils avaient prévu !—Scènes et récits de tempérance.

Les manifestes électoraux—Comédie de tempérance en trois actes. (Rôles d'hommes.)

De l'enseignement antialcoolique à l'école.

Premier Congrès de Tempérance de Ville Saint-Pierre, près Montréal (1909). Procès-verbal et travaux, etc.

Monsieur le chanoine Sylvain est un autre apôtre de la tempérance, à qui on doit hommage et reconnaissance. Il a publié, en outre d'un grand nombre d'excellents articles, un *Manuel antialcoolique*, un *Almanach de Tempérance*, des tracts, des tableaux scolaires, etc.

Jean des Érables, des Trois-Rivières, a publié une série de tracts, sous ce titre : *l'Abus de l'alcool*, et le R. P. Paquin, O. M. I., une brochure sur les *Produits délétères de l'alcool*. Plusieurs milliers de ces écrits ont été distribués.

Feu M. Edmond Rousseau, un des fondateurs de la Ligue antialcoolique de Québec, a écrit la saisissante brochure *Alcool et Alcoolisme*, et un catéchisme de tempérance et de tuberculose. On doit à M. P.-G. Roy une série de tracts intitulée : *Sus à l'alcool ;*

Autour de la buvette, une brochure fort intéressante, et un grand nombre d'articles antialcooliques. Mentionnons aussi les brochures suivantes : *Guerre à l'alcoolisme!* du Dr Vézina ; *Autour d'une Auberge*, de M. A.-C. Lisbois, etc. Et combien d'autres travaux, que le cadre de cette étude ne me permet pas de citer, mais que nous avons le plaisir de voir à l'exposition antialcoolique de ce congrès.

Une brochure d'une valeur peu commune, et qui aura un effet favorable sur la campagne de la tempérance, est celle que vient de publier l'honorable juge Lemieux et qu'il a intitulée : *Sobre et Riche*. C'est le plus fort plaidoyer contre les buvettes que j'aie jamais lu ou entendu faire. Ce travail, d'un certain mérite littéraire, abonde en faits terrifiants et bien vrais, qui font maudire les débits de boissons alcooliques, les individus qui se livrent à cet ignoble commerce et les municipalités et corporations qui accordent les licences. En lisant les nombreux et tristes faits dont l'auteur a été le témoin, comme avocat et comme juge, on se persuade facilement que la société qui tolère les débits de boissons est une grande criminelle, puisqu'elle devient solidaire des crimes nombreux qui se commettent par l'usage immodéré de l'alcool. En tout cas, le livre de l'honorable juge Lemieux est destiné à inspirer le plus grand mépris pour les buvettes et pour l'ivrognerie. L'usage de la traite y est flétri en termes d'une grande justesse.

Le travail de l'honorable M. Lemieux, comme la plupart de ceux que je viens de mentionner, se recommande au Comité permanent du Congrès, par sa forme vive, sa lecture empoignante et les conclusions si pratiques qui en découlent.

CONFÉRENCES ILLUSTRÉES

Les conférences illustrées ne datent pas de très longtemps, et déjà elles ont produit un bien notable. La parole, illustrée par les projections lumineuses d'une lanterne magique, est un moyen de propagande antialcoolique très précieux et particulièrement efficace. Les ligues antialcooliques de Québec et de Montréal ont fait une belle campagne de propagande au moyen de la lanterne magique. C'est une merveilleuse invention, qui met des ressources immenses au service du conférencier. L'orateur peut vivement intéresser son auditoire, par quelques mots placés à propos, tout en faisant passer devant les yeux des tableaux montrant les désordres physiologiques que produit l'alcool dans l'organisme humain.

L'œuvre des conférences illustrées peut faire beaucoup pour démontrer d'une manière bien tangible, d'abord les méfaits de l'alcool, et ensuite tout le bonheur familial que procure la sobriété.

CAHIERS SCOLAIRES

Le cahier scolaire a été l'objet de tout un plan de campagne antialcoolique, à Paris et dans quelques provinces de France, notamment à Lille. Au Canada, des libraires de Montréal et de Québec ont tenté des efforts isolés, mais il faudrait généraliser cette propagande par une organisation bien faite.

Le cahier scolaire antialcoolique offre, sur sa couverture, des images et des aphorismes choisis pour l'enfance. Le cahier a l'avantage de venir sous les yeux de l'élève forcément. De plus, comme il emporte ses cahiers à la maison pour y faire ses devoirs, ses parents, ses petits frères et ses petites sœurs auront l'occasion de voir les images et de lire les courtes sentences qui s'y trouvent.

Ce sont surtout les enfants de 7 à 18 ans que nous devons viser par cette propagande toute intuitive. C'est à l'adolescence qu'il faut s'adresser ; c'est elle dont il faut façonner le cerveau, de manière à former une génération de jeunes hommes pour qui l'alcool sera un dangereux poison, plutôt qu'un stimulant ayant quelque valeur alimentaire ; aux yeux de laquelle l'usage de l'alcool est nuisible et dangereux, et qui prendra l'alcoolique en pitié et en dégoût. Il est de toute importance de préparer pour l'avenir une génération d'abstinents.

M. le professeur H. Folet, de l'Université de Lille, disait, au Congrès antialcoolique de Paris, en 1904 : « Quand on aura répété sous toutes les formes, durant deux ou trois lustres, que l'alcool est à lui seul un fléau plus meurtrier que la famine, la guerre et la peste, il serait absolument contraire à l'observation psychologique courante qu'il n'en restât rien dans les esprits. »

Pour ma part, j'attache la plus grande importance à la propagande antialcoolique à l'école et dans la famille ; le succès de notre croisade est surtout, il me semble, entre les mains des instituteurs et des institutrices, et j'ajouterai entre les mains des gardiennes de nos foyers. Il est essentiel que nous ayons avec nous les mères de famille, ces auxiliaires précieux de la première éducation de l'enfance. Et, certes, elles ne manqueront pas à l'appel, puisqu'elles et leurs enfants sont les premières victimes de l'alcoolisme des hommes.

LES TABLEAUX

Comme il faut faire comprendre à l'enfant et aux jeunes gens le péril alcoolique, avant même qu'ils n'aient goûté à ce poison liquide, si fascinateur, et qu'ils n'en aient contracté l'habitude, il importe d'armer l'enfance contre les séductions de l'alcool, en lui inspirant le dégoût de ce vice, par la peinture des ravages qu'il produit dans tout l'organisme.

Or, l'attention de l'enfant est surtout éveillée par l'image, qui est une sorte de représentation de la réalité. Le Comité Permanent pourra se servir avec grand avantage de ce moyen, en faisant suspendre, aux murs des classes, des tableaux, tels qu'il en existe déjà, et où sont dessinées et peintes d'après nature toutes les lésions causées par l'alcool dans l'estomac, le foie, le cerveau, et aussi quelques-unes de ces tristes scènes, où l'alcoolique se livre à une fureur inconsciente contre sa femme et ses enfants, etc.

L'image, la chanson et la carte postale antialcooliques devraient être aussi une arme efficace, dans notre lutte contre l'alcool, puisqu'elles pourraient instruire et exciter l'horreur des enfants pour l'intempérance.

L'AFFICHE ET L'ÉTIQUETTE A L'USINE, ETC.

Comme l'alcoolisme atteint l'ouvrier dans sa valeur professionnelle, il est dans l'intérêt du chef d'industrie, comme dans celui de l'ouvrier, de lutter le plus efficacement possible contre ce redoutable ennemi.

Dans plusieurs pays d'Europe et aux États-Unis, les comités de propagande antialcooliques ont employé avec succès l'affiche dans les usines, dans les mines ou autres exploitations dangereuses, qui requièrent une attention complète et soutenue. Les industriels et les marchands se prêteront volontiers, je n'en doute pas, à poser, dans leurs ateliers ou dans leurs magasins, des affiches antialcooliques, qui inspireront à leurs employés la sobriété. Ils comprendront quel grand et direct intérêt ils ont à la restriction de la vente ou de l'usage des boissons alcooliques. Ils y sont intéressés au double point de vue de la perfection de la main-d'œuvre et de la fréquence des accidents d'usine, dont l'alcool est, la plupart du temps, la cause.

Enfin, il y va de l'intérêt des relations du capital et du travail, puisque la surexcitation chronique des cerveaux par l'alcool joue un rôle considérable et néfaste dans les grèves et les violences qui les accompagnent.

Les compagnies de chemins de fer et de tramways entreraient aussi, j'aime à le croire, dans cette lutte antialcoolique. Elles y sont grandement intéressées.

Il faudra des affiches pas trop encombrantes, qui pourront être placées près des règlements d'ateliers, dans les bureaux ou autres endroits des établissements industriels. Les étiquettes gommées peuvent être collées dans des centaines d'endroits, bien en vue, et devront frapper les yeux un peu partout. Mais qu'on évite les formules terrifiantes et les maximes excessives. L'affiche bien faite, brève, frappante, faisant plutôt appel aux intérêts matériels des gens qu'aux grands sentiments, est celle qu'il faut. « Un avis bien tourné, vaut seul un long poème », disait le Docteur Triboulet, vice-président de l'Union antialcoolique de Paris. Ce qu'il faut mettre devant les yeux du peuple, ce sont les paroles franches, nettes, décisives d'un homme qui a fait sa conviction comme son bon sens le souhaite et la désire instinctivement.

Monsieur Blondel, secrétaire général de la Fédération antialcoolique, du Hâvre, à l'occasion du Congrès de Paris, 1904, conseillait de ne pas mettre dans les en-têtes d'affiche les mots « alcoolisme », « lutte aux boissons distillées », etc. « Car, disait-il, il y a lieu de craindre que souvent ces mots ne mettent en garde le public et ne le rebutent, et que l'effet produit ne soit l'inverse de celui qu'on pouvait en attendre. »

Un apôtre de la tempérance, voulant donner une conférence antialcoolique dans une ville de Bretagne, mit en tête de l'affiche qui annonçait sa conférence: « La Bretagne aux Bretons. » Ce piège innocent lui valut une salle comble.

Je signalerai encore quelques-uns des titres que suggérait le Dr. Foet, de Lille : « Un aliment extraordinaire » ; « Comment on s'empoisonne » ; « Le diable en bouteille » ; « L'avenir de notre race », etc. Mais je sais que les uns et les autres peuvent être employés avec profit, suivant les circonstances et les milieux.

Les étiquettes gommées, qu'on peut coller dans des milliers d'endroits, doivent contenir des sentences courtes et bien frappantes. En voici quelques-unes, adoptées par le comité de propagande des Trois-Rivières.

« Le petit verre brûle l'estomac. »

« L'alcool fait le lit de la consomption. »

« Les deux tiers des crimes sont commis par des alcooliques. »
« A quarante ans, l'alcoolique est usé. »
« Les boissons fortes ruinent la santé. »
« Les alcools sont des poisons. A bas la traite ! »
« Le whisky, le gin et tous les alcools empoisonnent lentement mais sûrement. »
« Tous les apéritifs sont des poisons. »
« L'ivrognerie est une ignoble passion. »
« Honte à ceux qui entrent dans les buvettes ! »

Mais qu'il s'agisse de l'affiche, de l'étiquette gommée, de l'image ou du tableau, il sera très important de tenir compte du milieu où on veut les placer. Ces affiches de toutes dimensions, bien appropriées aux endroits où on veut les mettre, pourraient être placées ailleurs que dans les usines ; par exemple, les collèges, les couvents, les écoles, les hôpitaux, les salles de consultation, les dispensaires, les salles publiques de chaque paroisse, les bureaux de poste, les salles d'attente des chemins de fer, les beurreries, les fromageries, etc.

CALENDRIERS ANTIALCOLIQUES

Les résidences privées seraient des endroits bien propices à la propagande antialcoolique, puisque des familles toutes entières en bénéficieraient. Pour ces dernières, on pourrait faire préparer des calendriers antialcooliques, comme celui que la Ligue de Tempérance de Liège, Belgique, a fait distribuer dans des centaines de foyers. En voici une courte description : la dimension de ce calendrier est de deux pieds par un pied et demi. Le tableau Meisner est représenté dans le haut. On y lit, en grosses lettres, comme titre : « Le Bien-Être Social ». Puis, sur les quatre côtés : « Par la tempérance—l'homme est meilleur—la famille plus unie—la société plus heureuse. » Et vers le bas, sur une banderole ornant les douze mois : « La sobriété est la mère des vertus »—« L'ivrognerie est la mère de tous les vices. »—« Tous les savants modernes condamnent l'alcool. »

Supposons, maintenant, que tous les journaux amis de la tempérance, en notre pays, s'entendent pour publier un calendrier antialcoolique, quelle poussée vigoureuse ils donneraient au mouvement Je crois que nous pouvons compter sur une trentaine de périodiques. En leur attribuant une circulation moyenne de mille abonnés, nous atteindrions trente mille familles, soit environ 150,000 individus, qui, pendant douze mois de l'année, auraient sous les yeux un enseignement antialcoolique très efficace.

L'ANNONCE

Qui ne connaît l'efficacité des annonces quotidiennes dans les journaux ? La réclame commerciale a des effets patents, indiscutables et indiscutés.

Eh ! bien, cette publicité, ce facteur incomparable de suggestions, cette arme puissante dont se servent les distillateurs et les marchands, pour populariser l'usage de l'alcool, nous devons nous en servir pour proscrire à jamais de notre société cet usage pernicieux.

Les formes ordinaires de la publicité sont multiples et variées. Elles sont toujours efficaces pour atteindre un but déterminé. Ce qu'il faut surtout. dans la campagne que nous devons entreprendre, c'est une propagande active, intelligente et persévérante. Je fais le vœu qu'un comité central de publicité intensive s'organise au plus tôt et devienne permanent. Il faut une organisation sérieuse, pour glisser ces affiches, ces étiquettes, ces images, etc., en tout lieu, à toute occasion, sous l'œil des gens de tout âge, de tout sexe, et de toute condition, de façon à ce qu'un citoyen ne puisse sortir dans la rue, monter dans un tramway, aller sur les places publiques, à la campage, ouvrir un journal, sans que l'idée qu'on veut lui inculquer se présente à son esprit.

Ce qu'il faut, en un mot, c'est une publicité spéciale, ingénieuse, multiforme, obsédante : c'est la *réclame*, dont nos commerçants de toute catégorie jouent avec une si prodigieuse maestria !

Vœux :—Considérant que l'alcoolisme multiplie les accidents de travail et en aggrave les conséquences ;

Considérant les ravages causés par l'alcoolisme inconscient, dû aux préjugés sur l'utilité de l'alcool ;

Considérant la réclame que les fabricants, distillateurs et débitants font aux boissons enivrantes et aux remèdes à base d'alcool ;

Le Congrès émet le vœu :—1° Que le Comité Permanent du Congrès de Tempérance organise, pour la propagande antialcoolique, une publicité intensive par le journal, les tracts, les brochures, l'affiche, l'annonce, les étiquettes gommées, les couvertures de cahiers scolaires, les images, les tableaux, les cartes postales, les chansons antialcooliques, etc. ;

2° Que toute la presse de cette province cesse de faire de la réclame et de publier des annonces de boissons alcooliques et de remèdes brevetés à base d'alcool.

LE GROUPEMENT DES SOCIÉTÉS MUTUELLES ET AUTRES EN VUE DE LA LUTTE CONTRE L'INTEMPÉRANCE

En faisant mettre au programme des travaux du Congrès de tempérance de Québec, le « Groupement des Sociétés mutuelles catholiques, des Caisses Populaires et d'Epargnes, etc, en vue de la lutte contre l'alcoolisme,» nous avions la certitude d'un concours des plus efficaces de la part des groupes de mutualistes et d'économistes. En effet, le premier travail de groupement, commencé à Québec, a été hautement apprécié par nos sociétés de secours mutuels, nos fédérations ouvrières, par les directeurs de nos Caisses populaires, etc. Plus d'une centaine de sociétés ont adhéré au Congrès diocésain de tempérance.

Et comment nos mutualistes ne comprendraient-ils pas l'importance de la sobriété, au sein de leur association et dans le peuple, où ils doivent faire le recrutement des membres? On sait que l'alcool est l'ennemi le plus terrible de la mutualité, en augmentant les maladies, en détournant de la prévoyance l'esprit de l'ouvrier, dont il fait un révolté et une brute.

Il est prouvé que l'alcoolisme est le pire ennemi de la prévoyance. Pas de mutualité où règne l'alcoolisme, et rien n'est plus vrai. L'alcoolique, qu'on reçoit assez souvent par incurie dans une société mutuelle, est un exécrable mutualiste. Intoxiqué par les boissons enivrantes, il est souvent malade et obère lourdement les caisses de secours. Il n'a pas non plus l'enthousiasme, la flamme nécessaire à celui qui s'occupe d'œuvres sociales.

Aussi bien, dans les groupements antialcooliques, qui ont été fondés dans tous les pays, figurent des mutualistes et des économistes, et non des moindres. Ces hommes ont compris que, dans la lutte contre l'intempérance, il ne suffit pas de répandre autour de soi des idées, quelque justes et précieuses qu'elles soient ; ils se sont dit que les volontés isolées demeurent chancelantes et faibles devant les efforts multiples du groupe formidable des gens intéressés à la consommation de l'alcool.

A un tel péril économique il faut opposer une coalition de toutes les forces préservatrices qu'offrent la mutualité et l'épargne. Ces deux grands facteurs économiques seront d'un précieux secours pour lutter efficacement contre l'hydre redoutable.

L'ivrognerie est un péril national. Non seulement les habitudes d'ivresse rendent l'épargne impossible, mais elles amènent la dégénérescence physique et morale des infortunés qui s'y adonnent. Malheureusement, le peuple ignore encore cette vérité et il continue à s'empoisonner.

Si l'alcool est un danger pour l'épargne, il détruit aussi l'industrie, en déprimant la valeur, le rendement technique de l'ouvrier. Ce poison multiplie les accidents, et rend leurs conséquences beaucoup plus graves. Les mutualistes sont les premiers à souffrir des longues maladies et des morts subites qui en résultent.

L'alcool, quoi qu'on en dise, est fatal au commerce. Un peuple, même riche, s'il est en même temps buveur, ne dispose plus que de maigres ressources pour acheter. Notre commerce local souffre du trop grand nombre de buvettes, restaurants, hôtels, cafés, etc. L'alcool nous coûte des milliers de piastres actuellement. C'est dire que la suppression de l'alcoolisme amènerait une ère de prospérité inouïe.

Il est reconnu que le meilleur moyen de lutter contre un ennemi, c'est de se trouver des amis intéressés à lui nuire, afin de le combattre dans une pensée commune. L'action éducatrice des masses par le groupement offre de précieux avantages. Et dans la lutte que nous faisons aujourd'hui à l'alcoolisme, toutes les sociétés catholiques, religieuses, mutuelles, ouvrières, économiques, financières, etc, doivent s'unir dans un but commun, qui est celui de leur prospérité et de leur maintien.

Le Congrès émet le vœu :—1° Que partout où se trouveront des sociétés mutuelles ou d'assurance-vie, des fédérations ouvrières, des groupes de l'Association de la Jeunesse Catholique, des Ligues du Sacré-Cœur et des Sociétés de Tempérance, etc., les membres s'entendent, à l'occasion, pour engager les autorités à diminuer le nombre des débits de boissons ;

2° Que ces sociétés se fassent une règle de n'admettre que des membres tempérants ;

3° Que tous les membres de ces sociétés se liguent contre la coutume de la traite et donnent l'exemple de la plus stricte tempérance.